

Fase	Mål	Målgruppe engasjement	Verktøy	Aktivitet	Måling
1. Opplyst	Kjennskap - top of mind 5	Kolonial.no eksisterer, matvarehandel på nett	Banner, videosnutt før VGTV+YT, FB-ads, Instagram-ads	Klikke på banner/reklame video - blir sendt videre til kolonial.no	Clickrate til nettbutikken, tid og aktivitet Spørreundersøkelser: top of mind 5
2. Interesse	Kunnskap + CTA - top of mind 3	Kolonial.no er en grønn matvarehandel, miljø	Utendørs (Adshells, bysykkel, plakatering), FBposter, Instaposter, blogg med CTA nyhetsbrev (tips og triks hjemme, følg vår miljøreise)	Interagerer med ads og poster, lese blogg om miljø	Likes på FB og instaposts, likes på FB og insta. Klikk på annonser, klikk inn til blogginnlegg og aktivitet, påmeldte nyhetsbrev Spørreundersøkelser: top of mind 3
3. Involvert	Lastet ned appen og registrerer bruker	Kolonial.no har en app som er med på å bekjempe matsvinn i hjemmet, Kolonial.no bekjemper matsvinn i bedriften	Nyhetsbrev med inspirasjon, oppskrifter basert på beholdning Påminnelser om at appen finnes CTA En FB-ad som vil tilby nye brukere velkomsttilbud Organiske FB og Insta-poster	Åpner og leser nyhetsbrev/trykker på FB-ad, laster ned app og registrerer bruker Oppfordre til interaksjon via kommentar, like og deling på FB og Insta	Clickrate, hvor mange har åpnet nyhetsbrev, aktivitet på innlegg/nyhetsbrev, hvor mange registrerte brukere Måle FB-poster og FB-ad via FB-pixel og sporingsslenke til hjemmesiden
4. Forpliktelse/konvertering	Bruker innimellom	Gjør et kjøp i ny og ne/bruker oppskrift i ny og ne	Notification: ubrukte varer går ut på dato, oppskrifter som	Bruker varer som har lagt lenge, tar inspirasjon fra oppskriftene -	Hvor mange åpner appen gjennom notification/e-post, utfører de handlinger/kjøp,

			<p>matcher beholdning</p> <p>Nyhetsbrev : med varer som er registrert ubrukt, oppskrifter som matcher varer.</p>	<p>varer fjernes fra beholdning</p>	<p>varer/oppskrift brukt</p>
5. Lojalitet	<p>Bruker aktivt - top of mind 1</p>	<p>Bruker middagsassistenten og beholdningsoversikt 7 av 10 ganger</p> <p>Foretrekker Kolonial.no</p>	<p>Notification s: ubrukte varer går ut på dato, oppskrifter som matcher beholdning</p> <p>Nyhetsbrev : med varer som er registrert ubrukt, oppskrifter som matcher varer</p> <p>Facebook: oppfordre til deling av resteoppskrifter</p> <p>Instagram: oppfordre til deling av resteoppskrifter</p>	<p>Bruker varer som har lagt lenge, tar inspirasjon fra oppskriftene.</p> <p>Deler oppskrift i kommentarfelt på FB og Insta når det oppfordres til det</p>	<p>Se hvor mange som bruker løsningen aktivt - trykker "Bruk oppskrift" i appen, og om det er gjentakende bruk</p> <p>Hvor mange deltar med resteoppskrifter i kommentarfelt</p> <p>Spørreundersøkelser: top of mind 1</p>
6. Ambassadør	<p>Bruker alltid</p>	<p>Bruker middagsassistenten og beholdningsoversikt 9 av 10 ganger</p>	<p>Notification s: ubrukte varer går ut på dato, oppskrifter som matcher beholdning</p> <p>SOLOMO:</p>	<p>Bruker varer som har lagt lenge, tar inspirasjon fra oppskriftene.</p> <p>Benytter tilbud på varer som holder på å gå ut på dato.</p>	<p>Antall deling av oppskrift, likerklikk på innlegg og kommentarer.</p> <p>Se hvor mange som bruker løsningen aktivt - trykker "Bruk</p>

			<p>I nærheten av pick up point, varer som går ut på dato - "too good to go"-konsept med oppskrifter som passer til restevarene</p> <p>E-post: med varer som er registrert ubrukt, oppskrifter som matcher varer</p> <p>Facebook og Insta: oppfordre til deling av resteoppskrifter</p>	<p>Deler oppskrift i kommentarfelt på FB hvor vi oppfordrer til det.</p> <p>Deler oppskrift i kommentarfelt på FB og Insta når det oppfordres til det</p>	<p>oppskrift" i appen, og om det er gjentakende bruk</p> <p>Antall som benytter too good to go-konseptet.</p>
7. Disippel	Sprer det gode budskapet	Snakker varmt om appen til venner og bekjente, oppfordrer andre til å bruke (WOM).	<p>Notification s: ubrukte varer går ut på dato, oppskrifter som matcher beholdning</p> <p>SOLOMO: I nærheten av pick up point, varer som går ut på dato - "too good to go"-konsept med oppskrifter som passer til restevarene</p> <p>Facebook: oppfordre</p>	<p>Bruker varer som har lagt lenge, tar inspirasjon fra oppskriftene.</p> <p>Benytter tilbud på varer som holder på å gå ut på dato.</p> <p>Deler oppskrift i kommentarfelt på FB hvor vi oppfordrer til det.</p> <p>Dele lenke med venner.</p>	<p>Antall deling av oppskrift, likerklikk på innlegg og kommentarer.</p> <p>Se hvor mange som bruker løsningen aktivt - trykker "Bruk oppskrift" i appen, og om det er gjentakende bruk</p> <p>Antall som benytter too good to go-konseptet.</p> <p>Antall deling av link for deling av rabattkode/oppfordring til å benytte appen</p>

			<p>til deling av resteoppskrifter</p> <p>E-post: med varer som er registrert ubrukt, oppskrifter som matcher varer.</p> <p>Rabattkode med link for å verve en venn til å redusere matsvinn med appen.</p>		for å redusere matsvinn.
--	--	--	--	--	-----------------------------